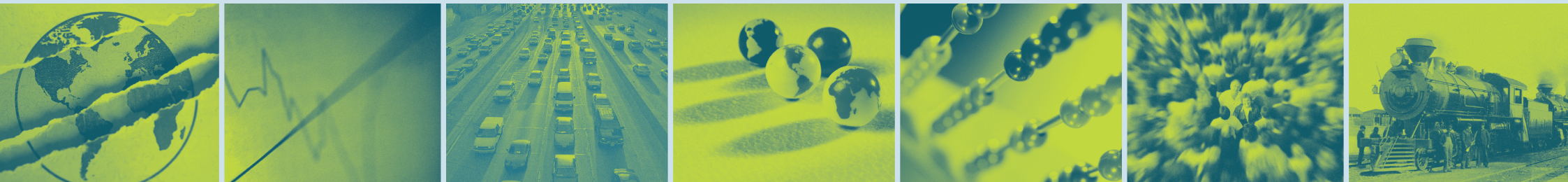


Een nieuw jaar, een nieuwe start? Zelfdiscipline, goede voornemens en gezonde voeding

LES(S) is more: een samenvatting van Cherchye, L. , B. De Rock, R. Griffith, M. O'Connell, K. Smith, and F. Vermeulen (2017). *A new year, a new you? Heterogeneity and self-control in food purchases*, Discussion Paper Series 17.19, Leuven, Department of Economics.

**Laurens Cherchye**

laurens.cherchye@kuleuven.be

Bram De Rock

bram.derock@kuleuven.be

Frederic Vermeulen

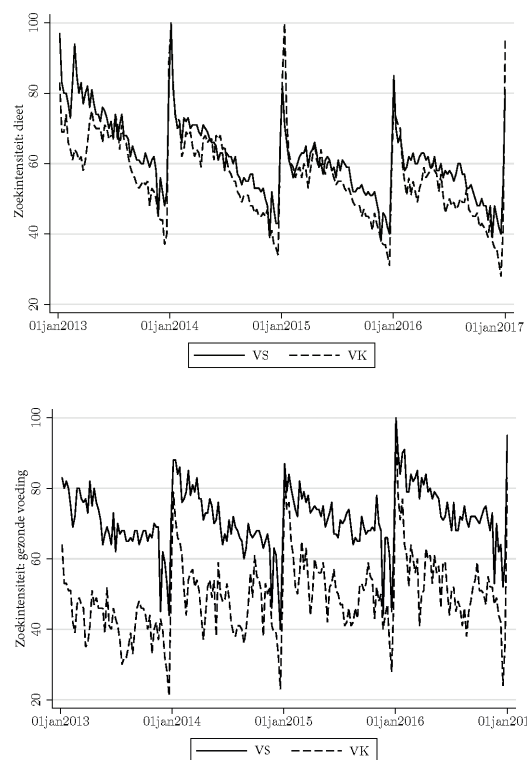
frederic.vermeulen@kuleuven.be

- De goede voornemens die we bij de start van elk nieuw jaar maken om gezonder te eten, sneuvelen nog voor januari voorbij is.
- Vooral vanaf juli gaat het bergaf en laden we onze winkelkar almaar voller met ongezonde voeding.
- We ontwikkelden een empirisch kader om het zeer heterogeen voedselkeuzegedrag van mensen te analyseren.
- Daaruit blijkt dat jonge mensen en mensen met een lager inkomen gemiddeld meer problemen hebben met zelfdiscipline.
- Dit zorgt voor meer variatie in de keuzes van een individu afzonderlijk dan over individuen heen.
- Als overheid heeft het wellicht weinig zin om enkel de prijzen voor ongezonde voeding op te trekken. Sensibiliseren rond zelfdiscipline kan een goede alternatieve strategie zijn.

14 februari 2018

Nieuwjaar is voor velen het signaal om het roer om te gooien en vol goede voornemens een nieuwe start te nemen. De ene neemt zich gedecideerd voor om meer te sporten, de andere om eindelijk te stoppen met roken, en nog iemand anders om minder alcohol te drinken of gezonder te eten. Figuur 1 illustreert hoe de zoekopdrachten in Google naar ‘dieet’ en ‘gezonde voeding’ elk jaar opnieuw pieken rond de jaarwisseling.

Figuur 1a en 1b: zoekopdrachten in Google verraden goede voornemens.



Noot: data van Google Trends voor de zoekterm 'dieet' en 'healthy food' in de VS en VK. Een waarde van 100 geeft aan dat de populariteit van de zoekterm over een bepaalde tijdspanne piekte. Een score van 50 wijst erop dat de zoekterm half zo populair was als de piek.

Die plechtige beloftes en dure woorden houden helaas zelden stand, blijkt uit de discussion paper *A new year, a new you? Heterogeneity and self-control in food purchases*, waarvan dit LES(s) een samenvatting is. Nog voor januari voorbij is, beginnen onze voornemens om gezonder te eten te wankelen. Vanaf juli gaat het pas echt bergaf en laden we onze winkelkar almaar voller met ongezonde voeding. Fruit, groenten en granen moeten steeds vaker wijken voor chips, frisdrank en snoepgoed. In december kopen we gemiddeld zelfs 7 procentpunt minder gezonde voeding dan in januari. Slechts een op drie spreidt het hele jaar door een stabiel aankoopgedrag tentoon.

Vanaf juli gaat het pas echt bergaf en laden we onze winkelkar almaar voller met ongezonde voeding

AVOCADO'S

De mens slaagt er niet altijd in om een rationeel wezen te zijn. Wie rationeel denkt en handelt, neemt immers geen beslissingen waar hij of zij later spijt van krijgt. Steeds vaker stelt de theoretische economische literatuur echter dat dit niet het geval is. Tot dusver bestond er echter beperkte empirische evidentie van die problemen van zelfcontrole op basis van geobserveerde consumptiedata, zeg maar de voeding die mensen in de supermarkt kopen. Een belangrijke reden is dat onderzoekers hiervoor rekening moeten kunnen houden met de zeer grote verschillen in de voorkeuren van mensen, maar ook in bijvoorbeeld het metabolisme of de levensstijl. Iemand die vaak gaat sporten, zal voordien wellicht geen hamburger naar binnen schrokken, maar kiezen voor een iets lichtere, of gezondere maaltijd. Dat alles leidt tot grote variatie tussen mensen in de keuze voor gezonde of ongezonde voeding, maar ook tot zeer uiteenlopende reacties van individuen op wijzigende economische omstandigheden, zoals een plotse stijging of daling van de prijzen.

Om het concreet te maken: de ene persoon kan bij een loonsopslag bijvoorbeeld beslissen om meer (duurdere) rosbief, tarbot of avocado's te kopen, terwijl dit voor de andere helemaal niets hoeft te veranderen aan het aankoopgedrag.

Deze paper ontwikkelde een bruikbaar empirisch kader dat toelaat om dit zeer heterogene keuzegedrag van individuen te analyseren. Voor de details verwijzen we naar de paper zelf, maar kort gezegd komt het erop neer dat we inzichten ontleen uit de gedragsliteratuur over 'multi-selves models' en de literatuur over het collectieve gedrag van huishoudens. Zo modelleren we het aankoopgedrag van voedsel als een compromis tussen twee 'ikken' ('two selves'): een gezonde en een ongezonde ik, die beide een bepaalde korf van voeding en drank verkiezen. Beide ikken onderhandelen voortdurend over het voedingsbudget. Hun onderhandelingsmacht verschilt van moment tot moment.

Hoe ze beide de winkelmand vullen, verschilt van persoon tot persoon, net als het moment waarop de gezonde of de ongezonder ik de bovenhand haalt. Bij iemand met zelfcontrole – dat kan een karaktertrek zijn, of een gevolg van externe druk, zoals een dwingend advies van de dokter om gezonder te leven – zal de onderhandelingsmacht van beide 'ikken' het hele jaar door wellicht vrij stabiel blijven. Bij iemand zonder zelfdiscipline kunnen we daarentegen grote schommelingen verwachten: momenten van verleiding en zelfcontrole kunnen elkaar in ijtempo opvolgen.

Bij iemand zonder zelfdiscipline kunnen momenten van verleiding en zelfdiscipline elkaar in ijtempo opvolgen.

Het model laat toe om fluctuaties door de tijd heen in het dieet van een en dezelfde persoon te meten en begrijpen.

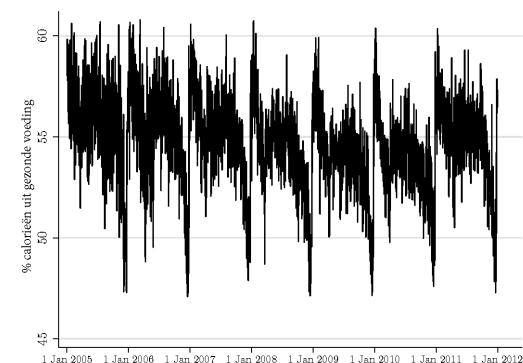
Tot dusver hebben onderzoekers veel aandacht besteed aan de verschillende dieetkwaliteit tussen mensen en de impact op bijvoorbeeld zwaarlijvigheid. Zo wees onderzoek van Cutler and Lleras-Muney (2010) uit dat er de helft minder obese mensen zijn bij de hogeropgeleiden. Wij stelden echter vast dat de variatie binnen mensen nagenoeg even groot is, zelfs als we er veranderingen in het economisch klimaat of de grote verschillen in smaken en voorkeuren tussen mensen uitfilterden.

We konden hiervoor gebruik maken van data over de aankopen in de supermarkten van een steekproef van 3645 Britten van het Kantar Worldpanel, een markt-onderzoeksbureau. In de data, die verzameld werden tussen 2005 en 2011, vinden we alle boodschappen terug die ze gedurende minstens 24 maanden deden, dus zowel eten en drinken als afwasmiddel en wc-papier. Van elk individu kennen we de demografische eigenschappen en van elk voedingsmiddel weten we precies hoeveel het gekost heeft, of er promoties liepen en wat de voedingswaarde ervan is. Om de voeding te rangschikken van gezond naar ongezond gebruikten we de 'nutrient profile score' (NPS), een index van de voedingswaarde, ontwikkeld door voedingsdeskundigen en gebruikt door de Britse overheid. Hoe lager de score, hoe gezonder het product. Bij onze analyse houden we wel rekening met de uiteenlopende meningen over wat gezond is en niet. Wat mensen als gezond beschouwen, kan immers sterk verschillen over personen heen.

Het 'two-selves model' en de data laten toe om enkele opmerkelijke vaststellingen te doen. Figuur 2 illustreert bijvoorbeeld hoe het aantal calorieën uit gezonde voeding doorheen het jaar daalt met gemiddeld 10 procentpunt. Dat is aanzienlijk. Om een idee te geven: in de gemiddelde winkelwagen komt deze verandering overeen met het halveren van het aantal calorieën uit chocolade, cake en snoepgoed, en het verdubbelen van het aantal calorieën uit fruit.

Figuur 2 vat enkele van die algemene trends in de dieetkwaliteit samen. Januari is de gezondste maand voor ongeveer een derde van de mensen. Voor de resterende twee derde ligt de maand waarin ze het meest gezond aankopen ongeveer gelijk verspreid over het jaar. Oktober, november en december zijn de maanden die het minst vaak het gezondst zijn.

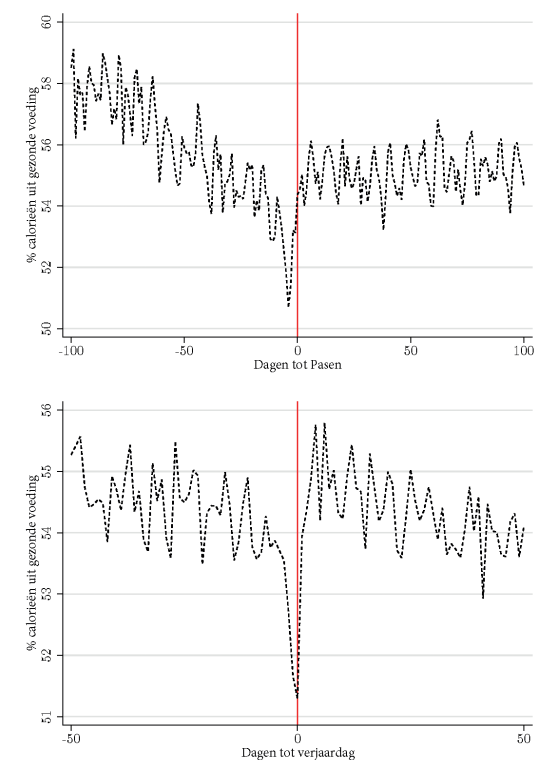
Figuur 2: het aandeel calorieën uit gezonde voeding tussen 2005 en 2011



Noot: het percentage calorieën uit gezonde voeding is berekend voor elke trip naar de winkel voor de beschouwde 3645 individuen. De figuur toont het gemiddelde op elke dag tussen 2005 en 2011.

Behalve nieuwjaar zijn er twee andere momenten waarop mensen in het Verenigd Koninkrijk klassiek hun voedingspatroon drastisch bijsturen: Pasen en de verjaardag. Vooral in de aanloop naar beide dagen kopen mensen beduidend minder gezonde voeding, zoals blijkt uit figuur 3. De dagen nadien herstelt het aandeel calorieën uit ongezonde voeding zich tot de normale niveaus.

Figuur 3a en 3b: aandeel calorieën uit gezonde voeding rond Pasen en verjaardagen



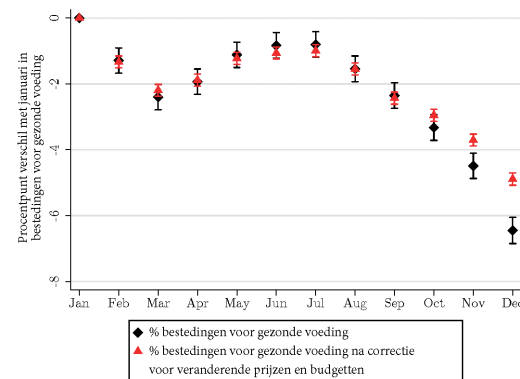
Noot: het percentage calorieën uit gezonde voeding voor elke trip naar winkel. De figuur toont het gemiddelde op elke dag in de aanloop naar, en na Pasen en de verjaardag.

BIKINI-EFFECT

Ons onderzoek wijst uit dat slechts 20 procent van de variatie in het budget dat naar gezonde voeding gaat, zich laat verklaren door economische factoren, zoals veranderingen in de prijzen. Ook andere factoren of seizoensvoorkeuren, omdat we bijvoorbeeld meer ijs eten in de zomer, slagen er niet in om de resterende variatie te verklaren. De variatie weerspiegelt met andere woorden de problemen met zelfcontrole die veel mensen ervaren.

Over het hele jaar door is die gemiddelde variatie aanzienlijk, zoals figuur 4 toont. Gemiddeld, dus over alle personen beschouwd, gaat van januari tot maart een steeds kleiner deel van het budget naar gezonde voeding. Dat aandeel herstelt zich vervolgens tot in juli; een fenomeen dat soms het 'bikini-effect' wordt genoemd. Vanaf juli gaat de buikriem er opnieuw resoluut af en gaat het maand na maand van kwaad naar erger. In december besteden we bijna 7 procentpunt minder aan gezonde voeding. Na abstractie van prijs- en andere effecten, is dat bijna 5 procentpunt minder dan in januari.

Figuur 4: evolutie van het budget voor gezonde voeding, inclusief en exclusief prijseffect



De figuur verhuult de grote verschillen die tussen mensen bestaan. Impulsievere mensen, namelijk mensen die verklaren dat ze vaker geld uitgeven zonder na te denken of meer hun kredietkaart gebruiken dan goed is, tonen grotere fluctuaties in hun bestedingen voor gezonde voeding. Het omgekeerde zien we bij mensen die verklaren dat ze trouwer zijn aan bepaalde merken of die werken met boodschappenlijstjes.

Nog opvallend: jongere mensen hebben vaker problemen met zelfcontrole, net als mannen. Hetzelfde geldt voor mensen met lagere inkomens. Die bevinding sluit aan bij eerder onderzoek. Zo stelden Mani et al. (2013) en Haushofer and Fehr (2014) vast dat de stress die arm zijn met zich mee brengt, hen vatbaarder maakt om onverstandige beslissingen te nemen en hun toekomst niet altijd naar waarde te schatten. Andere onderzoekers, zoals Bernheim et al. (2015), wijzen erop dat armoede zichzelf bestendigt omdat het het vermogen tot zelfbeheersing ondermijnt. Een lage startrijdzaamheid bemoeilijkt de zelfcontrole, wat leidt tot een armoedeval.

Welke lessen zijn hier nu uit te trekken voor het beleid? Het heeft niet veel zin om als overheid enkel de prijzen voor ongezonde voeding op te trekken. Beter is wellicht om, bijvoorbeeld via grootschalige bewustmakingscampagnes, mensen zelfbeheersing en -discipline aan te leren voor wat hun aankopen van voeding betreft. En wat kan u zelf doen om niet in verleiding te komen? Ga slechts eenmaal per week naar de winkel, maak een boodschappenlijstje en vooral: hou u daar strikt aan om aan impulsaankopen en promoties te weerstaan.

BIBLIOGRAFIE

- Bernheim, B. D., D. Ray, and S. Yeltekin (2015). Poverty and Self-Control. *Econometrica* 83 (5), 1877-1911.
- Cherchye, L., B. De Rock, R. Griffith, M. O'Connell, K. Smith, and F. Vermeulen (2017). *A new year, a new you? Heterogeneity and self-control in food purchases*, Discussion Paper Series 17.19, Leuven, Department of Economics.
- Cutler, D. M. and A. Lleras-Muney (2010). Understanding differences in health behaviors by education. *Journal of Health Economics* 29 (1), 1-28.

- Haushofer, J. and E. Fehr (2014). On the psychology of poverty. *Science* 344 (6186), 862-867.
- Mani, A., S. Mullainathan, E. Shar, and J. Zhao (2013). Poverty Impedes Cognitive Function. *Science* 341 (6149), 976-980.



Laurens Cherchye is gewoon hoogleraar aan de KU Leuven. Hij doet onderzoek naar beslissingsprocessen binnen gezinnen aangaande consumptie, arbeidsaanbod en de verdeling van tijd en geld.



Bram De Rock is gewoon hoogleraar aan de KU Leuven en de ULB. Hij doet onderzoek naar consumptie- en arbeidsaanbodsbeslissingen van gezinnen.



Frederic Vermeulen is gewoon hoogleraar aan de KU Leuven. Zijn onderzoeksinteresses zijn gesitueerd binnen de economie van het gezin, met een focus op consumptie, arbeidsaanbod en de verdeling van tijd en geld binnen gezinnen.

LES(S) staat voor “Leuvense Economische Standpunten (Short)” en vormt een aanvulling bij de gewone LES waarin stafleden van de Faculteit Economie en Bedrijfswetenschappen opiniërende studies en essays publiceren. Onder de titel “Less is more” brengen we een verkorte analyse of samenvatting van een langere wetenschappelijke paper of publicatie waarin beleidsrelevante resultaten beschreven werden.

Dergelijke reeks zal uiteraard verschillende opinies en denkstromingen brengen. Leuvense Economische Standpunten vertolken alleen de visie van de auteur. Zij kunnen niet doorgaan als de visie van een instelling.

U kan een elektronische versie van de LES(S) terugvinden op de website van de faculteit:
<https://feb.kuleuven.be/home/les>

Reacties op de Leuvense Economische Standpunten zijn altijd welkom bij
economics@kuleuven.be